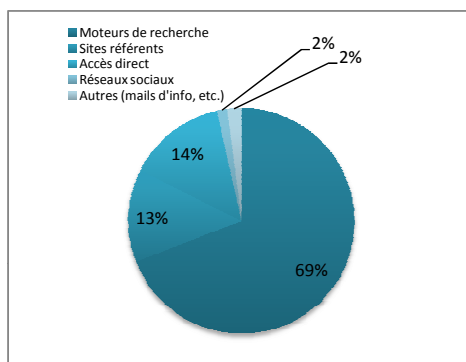


Audience

Fréquentation du site

Visites	31 393	↔
Visiteurs uniques absolus	23 454	↔
Nouveaux visiteurs	20 668	↔
Pages vues	118 737	↔
Durée moyenne des visites	00:03:45	↕
Pages par visite	3,78	↔
Taux de rebond	55,03%	↕

Trafic



Sources de trafic

	Visites	%	
Moteurs de recherche	21 697	69,1%	↕
Sites référents	4 176	13,3%	↕
Accès direct	4 426	14,1%	↔
Réseaux sociaux	470	1,5%	-
Autres (mails d'info, etc.)	624	2,0%	↔

Pages les plus consultées (hors recherches formation)

	Pages vues	%
Page accueil site	11 055	9%
Article de présentation du programme régional de formation	5 836	5%
Page accueil rubrique "Se former \ Formation"	3 490	3%
Page accueil partie pro	1 643	1%
Article "Apprentis : toutes les aides"	1 464	1%
Article "S'orienter dans sa vie professionnelle"	1 249	1%
Article "Les possibilités de financer une formation pour les DE"	1 203	1%
<i>Base de données Offre de formation (actions + organismes)</i>	36 431	31%

Moteurs de recherche les plus utilisés

Moteur	Google	Bing	Yahoo
Part de trafic	64,7%	3,3%	0,7%
Nombre de visites	20 324	1034	209

Sites référents les plus importants

	Visites
intercariforefr.org	990
pole-emploi.fr	710
alfacentre.org	261
regioncentre-valdeleire	149
fongecifcentre.com	108
orientation-pour-tous.fr	100
jeunesocentre.fr	59
centre-alternance.fr	41
centre-val-de-loire.direccte.gouv.fr	40
Mission locale d'Orléans	36

Types de terminaux utilisés

	Visites	%
Micro-ordinateur	22 693	72%
Téléphone portable	7 084	23%
Tablette	1 616	5%

Part des terminaux mobiles Apple :

31,5%

Principaux réseaux sociaux

	Visites
Facebook	333
Scoop.it	62
Twitter	58

Abonnés réseaux sociaux

	Nombre
Facebook	2303 "j'aime"
Twitter	684 abonnés
Netvibes	x

n'inclut pas les consultations du site oriom-centre.org

Répartition des pages vues par rubrique

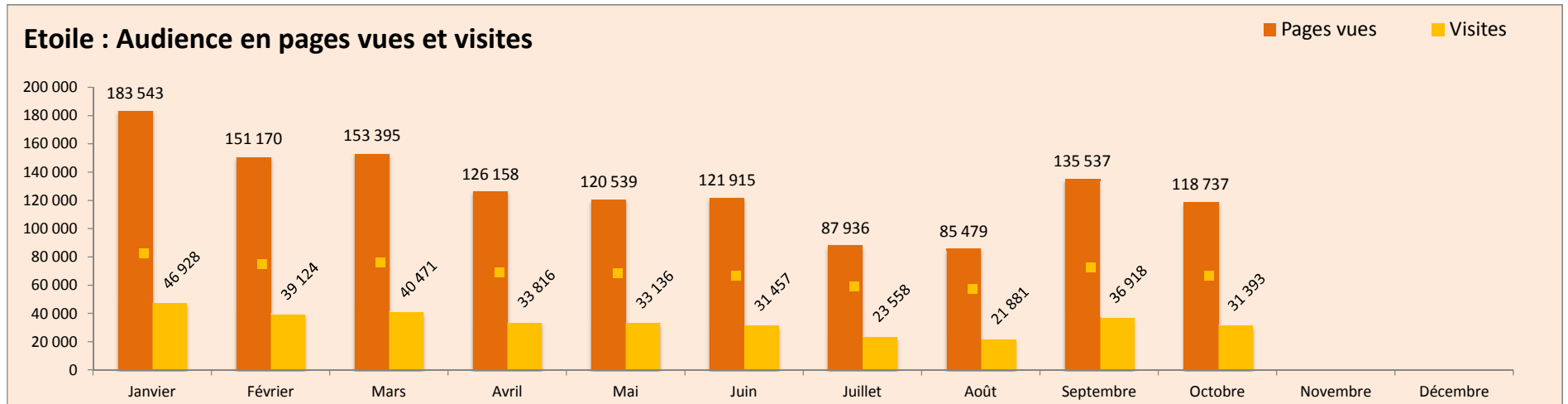
Partie public			Partie pro		
Accueil public	11 055	9%	Accueil pro	1 643	1,4%
S'orienter	12 035	10%	Ressources	1 991	1,7%
Se former	50 345	42%	Observation Analyses *	631	0,5%
Aller vers l'emploi	2 999	3%	Formation Métiers	4 206	3,5%
Evoluer	508	0,4%	Emploi Entreprises	766	0,6%
S'informer	6 674	6%	Animation des réseaux	3 828	3,2%

Visites générées par la lettre Etoile :	598 visites
soit	1,9% du total

Ce tableau n'intègre pas les pages hors arborescence

Tendances Site Etoile

Mois	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Cumul
Visites	46 928	39 124	40 471	33 816	33 136	31 457	23 558	21 881	36 918	31 393			338 682
Progression par rapport au même mois de l'année N-1	2 361	-2 268	-2 171	-525	3 423	-2 659	-5 868	-2 905	-5 540	-6 945			-23 097
Visiteurs uniques absolus	35 040	28 842	29 550	25 151	24 670	23 032	17 642	16 597	27 378	23 454			251 356
Nouveaux visiteurs	32 010	25 700	26 349	22 154	21 628	20 063	15 224	14 645	24 563	20 668			223 004
Visites issues des moteurs	29 605	25 055	25 528	22 532	22 141	21 136	15 938	15 188	25 038	21 697			223 858
Part des moteurs	63%	64%	63%	67%	67%	67%	68%	69%	68%	69%			66%
Pages vues	183 543	151 170	153 395	126 158	120 539	121 915	87 936	85 479	135 537	118 737			1 284 409
Durée moyenne des visites	03:53	03:54	03:48	03:41	03:41	03:55	03:52	04:02	04:02	03:45			10:24
Pages par visite	3,91	3,86	3,79	3,73	3,64	3,88	3,73	3,91	3,67	3,78			3,79
Taux de rebond	54,88%	55,37%	55,96%	57,23%	56,59%	53,28%	54,90%	54,79%	55,26%	55,03%			55,37%



Remarques sur l'évolution des statistiques du mois

Baisse des consultations par rapport au mois dernier (-15%) et baisse par rapport à octobre 2015 (-18,1 %).
Mois comportant 11 jours de vacances scolaires dont le pont de la Toussaint.

Qualité de visite stable par rapport au mois dernier (visites un peu plus courtes mais plus de pages vues, taux de rebond similaire).

Le nombre de visites issues de Bing a augmenté malgré une baisse globale de nombre de visites, de même pour Yahoo dans une moindre mesure. La part des visites issues des moteurs de recherches a augmenté par rapport au mois dernier (69,1% contre 67,8% le mois dernier).

22 096 pages indexées dans Google au 30 octobre.

4626 pages indexées par Bing

Dates des dernières lettres électroniques : 29 septembre et 19 octobre

Lexique

Visites :	Nombre de visites effectuées par les internautes. Si un internaute est inactif pendant 30 minutes ou plus, toute activité supplémentaire sera considérée comme faisant partie d'une nouvelle visite. Si un internaute quitte le site et y accède de nouveau moins de 30 minutes après, Google Analytics ne comptabilise qu'une seule visite.
Visiteurs uniques absolus :	Toutes les visites d'un internaute enregistrées pour la période active (par exemple le mois) définie sont regroupées afin de ne comptabiliser qu'un seul visiteur unique absolu, quel que soit le nombre de jours sur lesquels les visites sont réparties et le nombre de fois que l'utilisateur a visité le site par jour. (http://www.google.td/support/googleanalytics/bin/answer.py?hl=fr&answer=57164)
Nouveaux visiteurs :	Un visiteur est considéré comme "nouveau" lorsqu'il accède pour la première fois à une page du site à partir d'un navigateur Web. Un cookie propriétaire est alors enregistré dans son navigateur. Par conséquent, les nouveaux visiteurs sont identifiés grâce à leur navigateur Web, et non à partir des informations personnelles qu'ils fournissent sur le site. (http://www.google.com/support/analytics/bin/answer.py?hl=fr&answer=113617)
Pages Vues :	Nombre total de pages consultées. Les visites répétées d'un internaute sur une même page sont prises en compte.
Durée moyenne d'une visite :	Durée moyenne écoulée entre la première et la dernière page téléchargée.
Taux de rebond :	Le taux de rebond est le pourcentage de visites d'une seule page, c'est à dire le pourcentage de visites au cours desquelles l'internaute quitte votre site dès la première page consultée. <i>Ce taux peut être différemment interprété suivant la page visée, un fort taux de rebond concernant une fiche action de formation indique que le contenu est satisfaisant pour l'internaute, un fort taux de rebond pour une page d'accueil indique que les contenus sont inadaptés aux internautes consultant le site. Un site très bien référencé sur un moteur de recherche peut générer un fort taux de rebond alors qu'un site mal indexé au niveau d'un moteur de recherche peut générer un fort taux de rebond.</i>
Part des moteurs	Visites issues des moteurs de recherche (Google, Yahoo, Bing, etc.)
Part des sites référents	Visites à partir d'un lien direct depuis un site autre qu'un moteur de recherche (ex. : alfacentre, intercarif, regioncentre) ou depuis un mail.
Part des accès directs	Visites à partir d'URL tapées directement dans le navigateur (ex. : www.etoile.regioncentre.fr , www.etoile.regioncentre.fr/orfe , www.etoile.regioncentre.fr/mlpaio) ou grâce à l'utilisation de favoris.